

【インバウンド（訪日観光客）の実態調査】 ネット上で日本の情報を収集する傾向が顕著に

訪日アメリカ人の情報源ベスト5に、「SNS」「個人ブログ」「ネット動画」がランクイン
約97%がネット動画を情報源として重宝、特に日本食や日本文化の動画が人気

動画制作・動画マーケティングを支援するモバーシャル株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役 CEO 竹内圭、以下モバーシャル）は、20代～50代の訪日経験のあるアメリカ在住の男女1,007名を対象に、訪日前および訪日中の日本の情報を収集する方法や、ネット上の動画閲覧動向について調査を実施しました。

調査の結果、訪日前にアメリカ人が参考にしている情報源ベスト5のうち、SNS（2位）、個人ブログ・HP（3位）、ネット動画（5位）が上位にランクインする結果となるなど、インターネットで日本の情報を収集する傾向が強いことがわかりました。

また、ネット上の動画閲覧動向に絞った調査では、大多数（96.6%）が日本に関するネット動画は役に立つと回答し、ネット動画を情報源として重宝する傾向にあることがわかりました。

調査結果を踏まえ、モバーシャルは、日本企業がインバウンドに対してネット動画を活用したマーケティングを可能とする、インバウンド向け動画の制作と運用をワンストップで手がけるサービスを近日開始予定です。

【主な調査結果】

▼訪日前の情報源ベスト5にSNS（2位）、個人ブログ（3位）、ネット動画（5位）がランクイン・・・P2

▶訪日前の情報源ベスト5は、親族・知人の口コミ（1位：39.7%）、SNS（2位：33.2%）、個人のHP・ブログ（3位：32.8%）、チラシ・ガイドブック・パンフレット（4位：32.0%）、ネット動画（5位：29.8%）。内3つは、インターネット上で取得できる情報源であり、大多数がインターネット上の情報を参考にしている傾向が判明。

▼96.6%が日本に関するネット動画は役に立つと回答・・・P2

▶訪日前にネット動画を情報源として参考にしている96.6%が、ネット動画は役に立つと回答。その内「とても役に立つ」と回答した人が66%と、過半数を超えた。

▼約7割が日本食や日本文化に関する動画を視聴・・・P3

▶訪日前に視聴する動画の内容は、1位が日本食（74.0%）、2位が日本文化（71.6%）、3位がエンターテインメント（64.3%）、4位が観光情報（64.0%）5位がショッピング（56.6%）

▶訪日中に視聴する動画の内容は、1位が日本食（69.3%）、2位が観光情報（65.3%）、3位が日本文化（63.3%）、4位がエンターテインメント（62.0%）、5位がショッピング（60.0%）

▼訪日前は「文化」・訪日中は「食事」に関する動画を視聴したい傾向・・・P4

▶訪日前は、「文化」・「風習」・「マナー」・「観光」・「食事」というキーワードを多く使って回答する傾向が見られた。特に「文化」が多く使われた。

▶訪日中は、「食事」、「ニュース」、「観光」、「文化」、「エンタメ」というキーワードを多く使って回答する傾向が見られ、特に「食事」が多く使われた。

▼スマホでネット動画を視聴している人が約8割。PCと同規模・・・P5

▶訪日前、ネット動画を視聴するとき、75.3%が「スマートフォンで視聴する」と回答。「PCで視聴する」と回答した人は、87.3%とスマホでの視聴がPCに迫る勢いであることが判明。

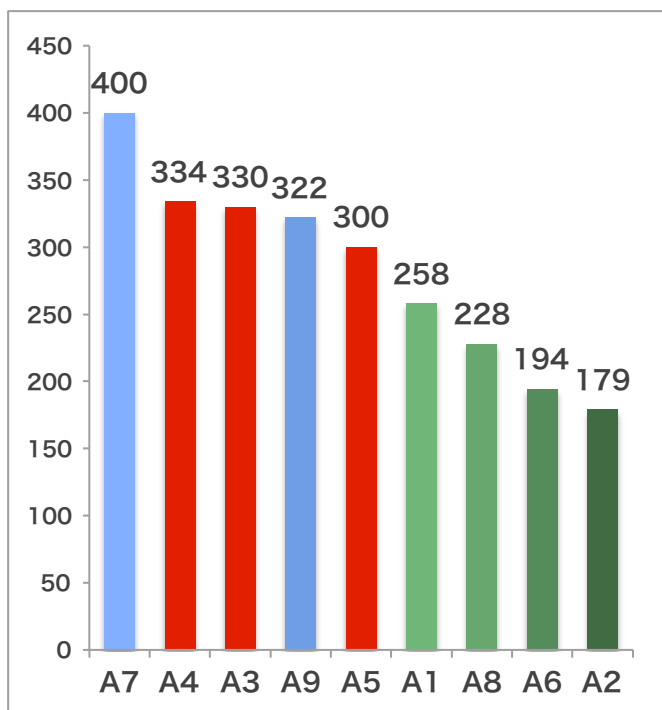
▶訪日中、ネット動画を視聴するとき、75.6%が「スマートフォンで視聴する」と回答。「PCで視聴する」と回答した人は、82.6%と「PCで視聴する」と同規模であることが判明。

訪日前の情報源ベスト 5

■ 訪日前に得た情報源ベスト5に、SNS (2位)、個人ブログ・HP (3位)、ネット動画 (5位) がランクイン。大多数がネットを情報源として参考にする。

訪日前に参考にした情報源についてアメリカ人に質問したところ、情報源ベスト5にインターネット上の情報源 (SNS: 2位、個人のHP: 3位、ネット動画: 5位) が3つランクインした。多くのアメリカ人がネット上の情報を参考にしていることが判明した。

□ 訪日前に得た情報源について (n=1007・複数回答)



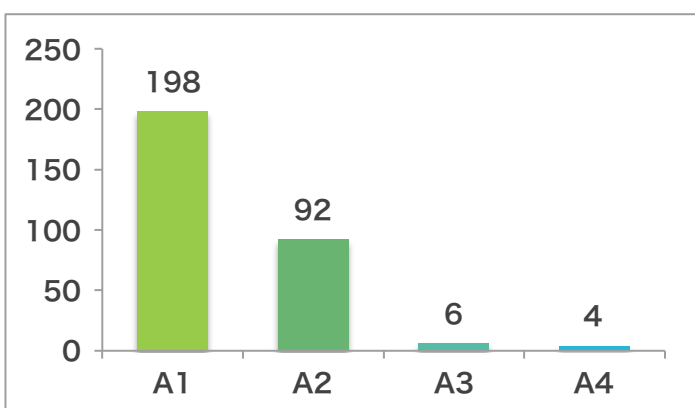
Ranking	Answer	N= (1007)
第1位	A7:親族、知人の口コミ	39.7% (400)
第2位	A4: SNS (Facebook, YouTube, Twitter, Snapchat, Instagram 等)	33.2% (334)
第3位	A3:個人のHP・ブログ	32.8% (330)
第4位	A9:チラシ・ガイドブック・パンフレット	32.0% (322)
第5位	A5:ネット上にアップロードされた動画	29.8% (300)
第6位	A1:日本政府観光局 HP	25.6% (258)
第7位	A8:テレビ・新聞・雑誌 (マスメディア)	22.6% (228)
第8位	A6:メールマガジン	19.3% (194)
第9位	A2:民間企業 HP	17.8% (179)

訪日前・訪日中に見たネット動画の満足度について

■ 96.6%が訪日前の情報源としてネット動画が「役に立つ」と回答。

情報収集のため、訪日前にネット動画を見たことがあるアメリカ人 300 名に、ネット動画が実際に役に立つかどうか質問したところ、96.6%の人が「役に立つ」と回答した。その内、「とても役に立つ」と回答した人が 66%と、過半数を超えた。

□ 訪日前・訪日中に見たネット動画満足度について (n=300)



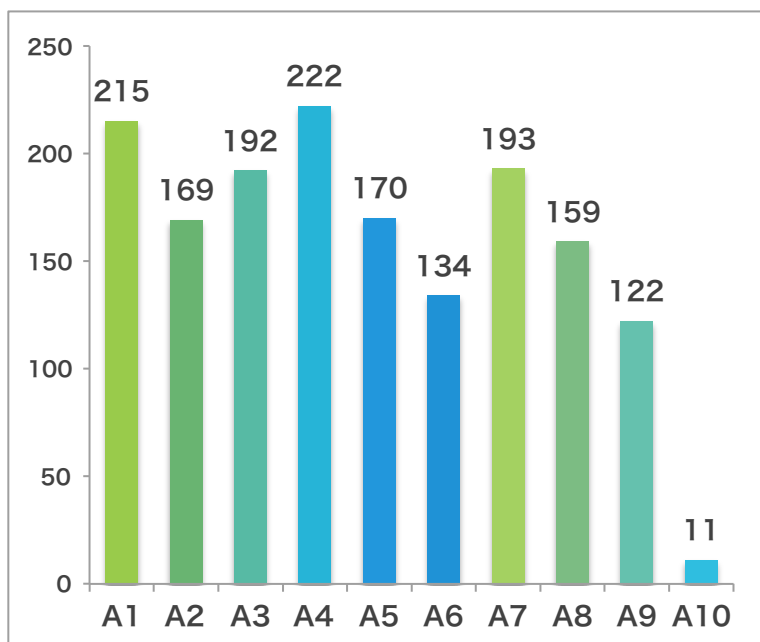
Answer	N= (300)
A1: とても役に立つ	66.0% (198)
A2: 役に立つ	30.6% (92)
A3: あんまり役に立たない	2.0% (6)
A4: 役に立たない	1.3% (4)

情報源として参考にした動画の内容について

■ 情報源として参考にした動画の内容は、「日本の食事について」が、訪日前 (74.0%)、訪日中 (69.3%) と最も多い。

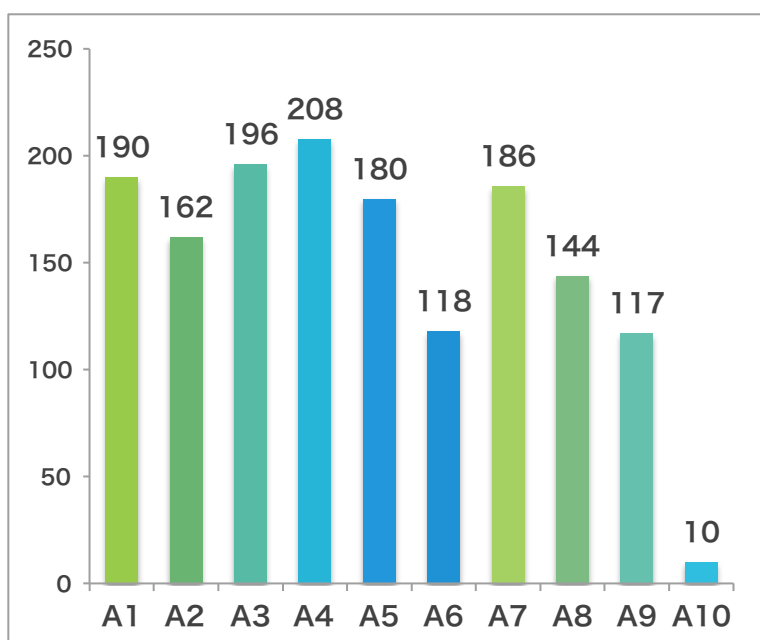
情報源として参考にしたネット動画について質問したところ、「日本の食事について」が、訪日前 (74.0%)、訪日中 (69.3%) と両時期とも最も多く、「日本の文化について」が訪日前 (71.6%)、訪日後 (63.3%) と続いた。

□ 訪日前に情報源として参考にした動画の内容について (n=300)



Answer	N= (300)
A1:日本の文化について	71.6% (215)
A2:日本のマナー・ルールについて	56.3% (169)
A3:日本の観光情報について	64.0% (192)
A4:日本の食事について	74.0% (222)
A5:日本のショッピングについて	56.6% (170)
A6:日本のアニメ/マンガについて	44.6% (134)
A7:日本のエンタメ情報について	64.3% (193)
A8:日本のフェスティバル情報について	53.0% (159)
A9:日本のニュースについて	40.6% (122)
A10:その他	3.6% (11)

□ 訪日中に情報源として参考にした動画の内容について (n=300)



Answer	N= (300)
A1:日本の文化について	63.3% (190)
A2:日本のマナー・ルールについて	54.0% (162)
A3:日本の観光情報について	65.3% (196)
A4:日本の食事について	69.3% (208)
A5:日本のショッピングについて	60.0% (180)
A6:日本のアニメ/マンガについて	39.3% (118)
A7:日本のエンタメ情報について	62.0% (186)
A8:日本のフェスティバル情報について	48.0% (144)
A9:日本のニュースについて	39.0% (117)
A10: その他	3.3% (10)

次回訪日するとき視聴したいネット動画について

■ 次回訪日するときネット視聴したい動画は、訪日前が「文化」、訪日中が「食事」と回答する傾向が見られた。

次回訪日するとき視聴したい動画（訪日前・訪日中）について質問したところ、「文化」に関する動画を訪日前に、「食事」に関する動画を訪日中に視聴したい傾向が見られた。また、訪日中では「現在地から近くで楽しめるアクティビティ」に関する動画やハウツー動画など、リアルタイムな問題を解決してくれるような情報を求めていることも判明した。

□ 訪日前に視聴したい動画の内容について回答

Answer	回答者
文化、マナー、エチケットについての動画は役に立つ。違う国に行ったときに、どのように振る舞うべきか知りたい。	23 歳、大学生、女性
オススの基本的な日本語会話。どのように親切に振る舞うべきなのか、そして、してはいけないことなどを紹介している動画。	22 歳、大学生、男性
ホテル、観光地、食事、エンタメ、マナー、文化、法律などの動画。	36 歳、IT、男性
神社、寺、博物館、遺産、エンターテイメントなど見るべき場所を紹介している動画。	52 歳、マネージメント、男性
日本の面白そうなポイントを YouTube で見ます。	48 歳、その他、男性
ツアーの情報、重要な風習や覚えておくべき警報や助けを求める場所など。	27 歳、ヘルスケア、女性
どの特別なアトラクションを訪れるべきか。また、どの限定品お土産を、どこで購入すべきか、また何故？	20 歳、フリーター、女性
最高の訪日経験を想像させてくれるような動画。	37 歳、事務職、女性
文化についての動画や、どのようにアメリカ人が見られているのかを見たい。	27 歳、大学院生、男性
日本のテクノロジーについての動画。	20 歳、大学生、男性

□ 訪日中に視聴したい動画の内容について回答

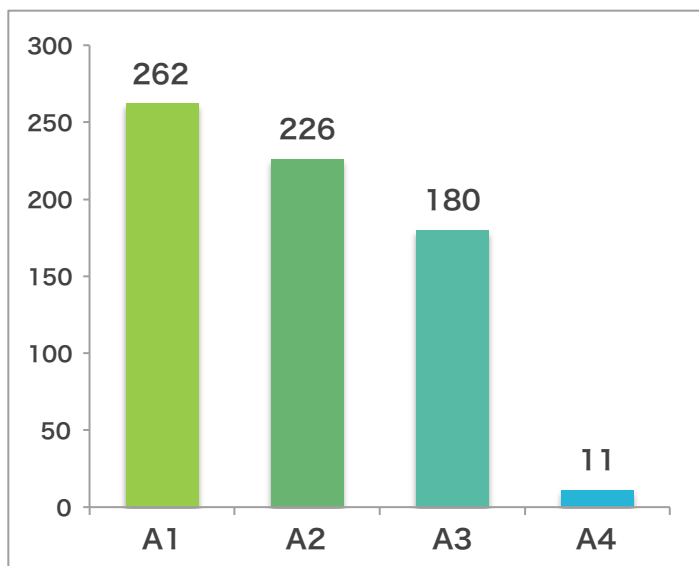
Answer	回答者
日本のツアーや、観光情報についての動画。	42 歳、中小企業経営、男性
日本人と効果的にコミュニケーションを取れる方法、交通情報や標識等の紹介動画。	28 歳、IT、男性
行くべき場所、レストラン、観光先を決めるのに役立つ動画。方向や地下鉄の道案内など、役に立つ動画。	24 歳、アーティスト、女性
レストランのレビューや私がいる町の情報。	31 歳、公安職、男性
私が滞在している町で起きているローカルな情報。	22 歳、その他、女性
ナイトライフや、お得な買い物情報や格安な旅情報。	24 歳、大学生、女性
名所、楽しむ場所、食べる場所などを紹介している動画。	38 歳、小売り、女性
近くのアクティビティ。奇妙な食べ物。やって良いこと悪いこと、などの動画。	28 歳、事務職、女性
あんまり観光客がいかないレストランや行ったほうが良い場所の動画。	51 歳、その他、女性
どのように交通機関を使えばよいのかなど。ハウツー動画。	22 歳、無職、男性

ネット動画を視聴するときのデバイスについて

■ スマートフォンで日本に関する動画を視聴している人が約8割と、PCと同規模いることが判明。

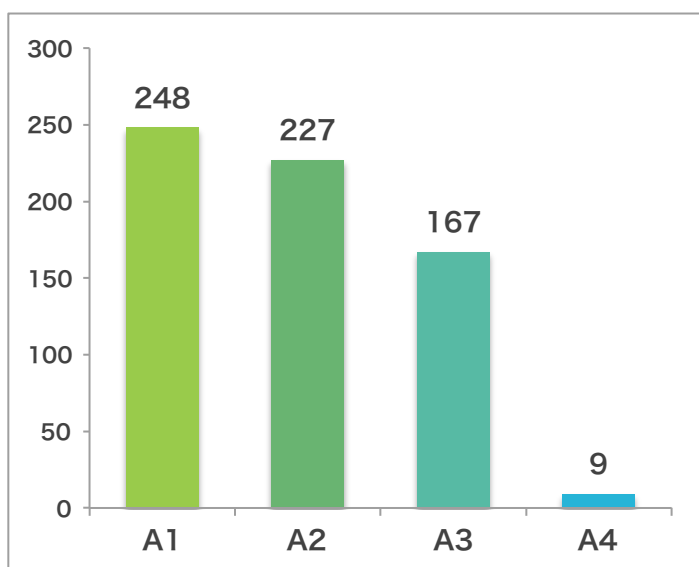
訪日前・訪日中に、情報源としてネット動画を視聴するときのデバイスについて質問したところ、訪日前では75.3%、訪日中では75.6%の人がスマートフォンで視聴すると回答。PC（訪日前：87.3%・訪日中：82.6%）とほぼ同規模いることが判明した。

□ 訪日前に、ネット動画を視聴したときのデバイスについて（N=300）



Answer	N= (300)
A1: PC	87.3% (262)
A2: スマートフォン	75.3% (226)
A3: タブレット	60.0% (180)
A4: その他	3.6% (11)

□ 訪日中に、ネット動画を視聴したときのデバイスについて（N=300）



Answer	N= (300)
A1: PC	82.6% (248)
A2: スマートフォン	75.6% (227)
A3: タブレット	55.6% (167)
A4: その他	3.0% (9)

調査対象

▼調査対象

- ▶対象条件：20代から50代の日本に来たことがあるアメリカ人男女1007人。
- ▶実施機関：2015年11月2日～11月6日
- ▶調査方法：インターネットを利用したアンケート調査
- ▶有効サンプル数：1007サンプル

会社概要

▼モバーシャル株式会社について

- ▶会社名：モバーシャル株式会社
- ▶代表者：竹内 圭
- ▶住所：〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南 2-23-17 MOBERCIAL BLDG
- ▶設立：2007年
- ▶事業内容：“DIGITAL VIDEO AGENCY®”としてデジタル領域における動画制作・動画マーケティング支援を得意とするプロダクションです。インハウスの専門スタッフで、動画の企画から、撮影、編集、配信、活用方法まで、クライアントのデジタルビデオマーケティング活動をサポートしています。
- ▶URL：<http://www.mobercial.com>
- ▶Facebook：<https://www.facebook.com/mobercial>
- ▶Twitter：<https://twitter.com/mobercialstaff>

【メディアの方のお問い合わせ先】

モバーシャル株式会社 広報担当：平松・榎本 Tel：03-6412-7073 E-mail：press@mobercial.com